

HUBUNGAN MOTIVASI DAN KEPERCAYAAN DIRI TENAGA PENJUAL LANGSUNG (*DIRECT SALES*) BANK DBS DI JAKARTA

¹⁾Anjasmara; ²⁾Tri Nathalia Palupi; ³⁾Hayati
^{1),2),3)}Prodi Psikologi, Universitas Borobudur
anjasmara861@gmail.com

Abstrak

Motivasi direct sales sangat di butuhkan untuk meningkatkan kepercayaan diri, motivasi dan kepercayaan diri sangat menunjang kinerja. Penelitian ini mempunyai tujuan mencari tahu hubungan motivasi serta kepercayaan diri tenaga penjual langsung (direct sales) bank DBS di Jakarta. Pengambilan sampel sebesar 32 dari jumlah populasi sebanyak 80 direct sales, teknik yang digunakan nonprobability sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis product moment of pearson dengan menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan 0,612 dengan r tabel 0,349 (taraf signifikansi 5%) yang berarti adanya hubungan motivasi dan kepercayaan diri direct sales kartu kredit bank DBS di Jakarta. Sumbangan yang diberikan 37,5%. Sedangkan faktor lain yang mempengaruhi kepercayaan diri selain motivasi sebesar 62,5% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

Kata Kunci: Motivasi, kepercayaan diri, dan direct sales.

PENDAHULUAN

Direct sales ialah seluruh kegiatan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dalam jangka pendek dan jangka panjang melalui pertukaran dan *Direct Sales*. Menjual adalah “penawaran barang” ke konsumen sebagai pekerjaan yang membuat seseorang konsumen atau pelanggan (Prsasja dalam Kholidah 2016). Kartu kredit adalah alat pembayaran fisik non tunai. Hingga pertengahan tahun 2006, posisi pemegang kartu kredit adalah 5,5 juta dan total pemakaian mencapai Rp. 55,5 triliun (Impresario BRI, 2006). Berfokus pada potensi pasar, sejak 22 Februari 2006, PT BRI (Persero) Tbk meluncurkan produk kartu kredit dengan keunggulan bunga belanja yang murah, biaya administrasi rendah dan kemudahan pendaftaran di seluruh cabang BRI. Indonesia, karenanya dibutuhkan marketing untuk memasarkan produk kartu kredit dan menjelaskan perihal kartu kredit kepada para karyawan atau pemilik perusahaan. Peran marketing sangat penting bagi perusahaan untuk menjalankan misi dan target dari perusahaan. Untuk mengikuti perkembangan zaman yang serba modern maka perbankan lebih memprioritaskan kartu kredit, karena perbankan melihat cara pembayaran yang simple dan juga dapat membantu konsumen agar mengatur keuangannya dengan jadwal tagihan pemakain kartu kredit.

Marketing adalah suatu entitas individu atau organisasi yang melakukan kegiatan sosial guna mendapat apa yang diinginkan melalui menciptakan, menawarkan, serta bebas menukarkan produk yang bernilai (Philip Kotler dan Sugiharto dalam Hendarsono 2013). Seseorang yang perlu melakukan tugas di departemen pemasaran, sering disebut tenaga penjualan. Penjualan langsung adalah mekanisme yang secara efektif menghubungkan produsen dengan konsumen dan publiknya, serta bisa menciptakan ketergantungan antara organisasi dan publiknya. (Yulianita dalam Chatamallah, 2005). Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan menemukan bahwa salesman bekerja dengan menawarkan produk kartu kredit dari perusahaan perbankan kepada orang yang tergolong dari target perusahaan, target tersebut adalah orang yang mempunyai penghasilan tetap dan berumur lebih dari 21 tahun. Setiap direct sales tentu memahami kriteria apa yang menjadi sasaran perusahaan agar dapat disetujui dari perbankan tersebut untuk nasabah memiliki kartu kredit. Perbankan tentu memilih calon nasabah yang dapat dipercaya untuk memakai kartu kredit supaya tak terjadi kredit macet.

Di dalam departemen marketing terdapat 2 divisi yaitu telesales dan direct sales, peneliti akan mengambil divisi direct sales untuk diteliti dikarenakan direct sales bertemu langsung dengan calon nasabah, bagaimana direct sales menawarkan produk kartu kredit dengan percaya diri sehingga orang yang ditawarkan mau menjadi nasabah kartu kredit perbankan.

Direct sales yakni segala aktivitas untuk memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen, baik jangka pendek ataupun panjang, dengan tukar menukar dan direct sales juga merupakan profesi dari seseorang harus bekerja untuk mencapai target (Prasadjia dalam Kholidah 2016). Sales merupakan "the offering of good" kepada konsumen, sebagai pekerjaan atau kegiatan untuk membuat seseorang jadi consumer (Prasasja dalam Kholidah 2016) ketika bertemu orang-orang baru merasa sulit untuk berinteraksi.

Motivasi

Motif asalnya dari kata lain Motive yang artinya mendorong atau menggerakkan dalam bahasa Inggris. Motivasi diartikan sebagai kekuatan (drives) pada suatu organisme yang mendorongnya untuk bertindak. Motivasi tidak berdiri sendiri, namun saling terkait dengan faktor lain, eksternal ataupun internal. Hal yang memberi pengaruh disebut motivasi. Motivasi yakni kegiatan yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan yang diinginkan (Jucius, dalam Prihartanta 2015).

Menurut Uno (2007) Motivasi ialah proses mental yang bisa menjabarkan perilaku seseorang. Perilaku pada dasarnya diarahkan pada tujuan. Artinya, tindakan seseorang dirancang oleh seseorang menggapai suatu tujuan. Untuk menggapai ini, perlu untuk menangani interaksi beberapa elemen. Oleh karena itu, motivasi adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk menjalankan sesuatu guna menggapai suatu tujuan. Kekuatan tersebut dilatarbelakangi kebutuhan yang berbeda misalnya (1) keinginan untuk dipuaskan; (2) perilaku; (3) tujuan; (4) umpan balik.

Menurut Anoraga (dalam Elinaulfa 2015) pengaruh kontrol diri serta motivasi kerja pada prokrastinasi karyawan BPJ ketenaga kerjaan cabang Kudus. Menjabarkan aspek motivasi kerja yaitu:

- Ada kedisiplinan karyawan, dimana karyawan wajib mengikuti aturan – aturan di dalam perusahaan.
- Imajinasi dan daya kombinasi, *direct sales* mampu membayangkan strategi yang inovatif untuk dijalankan saat bekerja.
- Kepercayaan diri, perasaan yakin terhadap kemampuan diri sendiri.
- Daya tahan terhadap tekanan, mampu menahan perasaan emosional pada saat mendapat tekanan dari atasan dan nasabah pada saat complain.
- Tanggung jawab, suatu kesadaran *direct sales* untuk melakukan kewajiban dalam pekerjaan.

Kepercayaan Diri

Percaya diri atau self esteem merupakan dimensi evaluasi diri yang komprehensif. Percaya diri disebut juga dengan self esteem atau citra diri (Santrock dalam Ardari 2016). Keyakinan adalah hal yang memuluskan hubungan antara Anda, bakat, keterampilan, potensi, dan cara Anda menggunakannya Martin Perry (2006).

Berdasarkan teori kepercayaan diri (Lauster dalam Rustanto 2016) dan teori ini juga pernah di telit oleh Fasikhah, S.S. pada tahun 1994 (dalam Rustanto 2016). Peranan kompetensi sosial di tingkah laku koping remaja akhir. Seseorang yang punya kepercayaan diri memenuhi aspek-aspek dibawah:

- Percaya kemampuan diri.
- Bertindak mandiri saat mengambil keputusan.
- Punya konsep diri positif.
- Berani menyampaikan pendapat

METODE PENELITIAN

Metode penelitian bisa berarti metode ilmiah guna mendapat data valid dengan tujuan bisa menemukan, mengembangkan, serta mendemonstrasikan pengetahuan tertentu, yang kemudian bisa dipakai memahami, memecahkan, serta memprediksi masalah. (Sugiyono, 2018).

Metode yang dipakai untuk menegetahui hasil penelitian tentang seberapa besar korelasi motivasi dan percaya diri pada *direct sales* kartu kredit dalam mencapai target yang diberikan oleh perusahaan maka penelitian ini memakai metode kuantitatif, sebab penelitian ini harus mengumpulkan data objektif serta dengan prosedur jelas sesuai bukti empiris. Dinamakan metode kuantitatif sebab data penelitian berbentuk angka serta analisa memakai statistik (Sugiyono, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Subjek penelitian ini ialah 37 orang *direct sales* di bank DBS Jakarta dengan gambaran subjek penelitian:

Tabel 1. Descriptive Statistic

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Motivasi	32	72	114	2827	88.34	10.462
PD	32	55	89	2203	68.84	7.992
Valid N (listwise)	32					

Dari tabel 1 dari pernyataan dari kuesioner yang didesain memakai skala likert, kisaran teoritis variabel motivasi yang punya instrumen dengan 29 butir pernyataan punya nilai rata-rata 88,34 dengan nilai deviasi standar sebesar 10,462 dan pada variabel kepercayaan diri yang memiliki instrumen 23 diketahui nilai rata-rata 68,84 dengan nilai deviasi standar 7.992

Tabel 2. Kategorisasi Motivasi Kerja

Kategori	Norma	Interval	Σ	Presentase
Rendah	$X < M - 1SD$	$X < 78$	6	18,75%
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	$78 \leq X < 99$	19	59,375%
Tinggi	$X \geq M + 1SD$	$X \geq 99$	7	21,875%
Jumlah			32	100%

Keterangan:

M = Mean

SD =Standar Deviasi

Dari hasil perhitungan untuk data yang diperoleh dari variabel Motivasi pada 32 *direct sales* kartu kredit bank DBS 6 orang *direct sales* (18,75%) memiliki tingkat Motivasi yang rendah, 19 orang *direct sales* (59,375%) berada dalam kategori sedang dan 7 *direct sales* (21,875%) memiliki tingkat motivasi tinggi.

Tabel 3. Kategorisasi Kepercayaan Diri Direct Sales

Kategori	Norma	Interval	Σ	Presentase
Rendah	$X < M - 1SD$	$X < 61$	5	15,625%
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$	$61 \leq X < 77$	21	65,625%
Tinggi	$X \geq M + 1SD$	$X \geq 77$	6	18,75%
Jumlah			32	100%

Berdasarkan perhitungan data yang diperoleh variabel kepercayaan diri pada 32 orang *direct sales* diperoleh 5 *direct sales* (15,625%) memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah, 21 *direct sales* (65,625%) termasuk kepercayaan diri kategori sedang, dan 6 *direct sales* (18,75%) dengan kepercayaan diri kategori tinggi.

Uji Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis peneliti menggunakan teknik *Bivariate Pearson Correlation* dengan software SPSS 21 berikut ini uji hipotesis:

Tabel 4 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.32008024
	Absolute	.163
Most Extreme Differences	Positive	.163
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		.919
Asymp. Sig. (2-tailed)		.367

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji normalitas dipakai mengetahui apakah data yang diperoleh dari hasil penelitian berdistribusi normal. Dalam hal ini, tingkat kesepakatan antara distribusi nilai sampel dipertimbangkan.

Berdasarkan tabel output SPSS 21, nilai *Asymp.sig* (2-tailed) sebesar $0,367 > 0,05$. Karenanya, berdasarkan keputusan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov di atas, bisa diambil kesimpulan data memenuhi distribusi normal. Oleh karena itu, asumsi atau syarat normalitas dalam model regresi terpenuhi. Sedangkan guna mencari tahu besaran sumbangan motivasi dan kepercayaan diri *direct sales* kartu kredit bank DBS di Jakarta bisa diketahui di tabel dibawah:

Tabel 5. Korelasi Antar Variabel

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612 ^a	.375	.354	6.425

a. Predictors: (Constant), Motivasi kerja

b. Dependent Variable: Kepercayaan diri

Dari tabel diatas bisa diketahui R square 0,375, nilai R square ialah nilai memperlihatkan besaran sumbangan variabel motivasi dengan kepercayaan diri *direct sales* kartu kredit yang mencapai target penjualan. Maka sumbangan yang diberikan 37,5% yang merupakan hasil kali 0,375 dengan 100%. Sedangkan faktor lain yang memberi pengaruh kepercayaan diri disamping motivasi bisa diketahui dengan cara ($100\% - 37,5\% = 62,5\%$) bisa dijabarkan oleh sebab lain.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dari 32 subjek bisa disimpulkan penelitian terkait hubungan antara Motivasi dan Kepercayaan diri *Direct sales* kartu kredit yang mencapai target penjualan antara lain:

- a. Hasil penelitian untuk hubungan motivasi dengan kepercayaan diri ditunjukkan dengan hasil r hitung $0,612 > r \text{ tabel} = 0,349$.
- b. Dengan hasil diatas, hipotesis yang diajukan di penelitian ini ialah H_a diterima, yakni adanya hubungan antara motivasi serta kepercayaan diri *direct sales* kartu kredit bank DBS di Jakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, I. I. (2019). Hubungan Kelekatan Teman Sebaya Terhadap Penyesuaian Diri Pada Santri Baru Di Pondok Pesantren La Tansa Lebak Banten. Jakarta: Skripsi.
- Ardari, C. S. (2016). *Percaya Diri Atau Self Esteem*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Azzura, S. N. (2015, September Minggu). Merdeka.Com. Retrieved From [Www.Merdeka.Com: Https://Www.Merdeka.Com/Reporter/Siti-Nur-Azzura/](https://www.Merdeka.Com/Reporter/Siti-Nur-Azzura/)
- Chatamallah, M. (Terakreditasi Dirjen Dikti Sk No. 56/Dikti/Kep/2005). *Strategi "Public Relation" Dalam Promosi Pariwisata: Studi Kasus Dengan Pendekatan "Public Relation" Di Provinsi Banten. Management*, 1-10.
- Darmawan, R. (2008). *Strategi Membangun Kinerja Tenaga Penjualan Kartu Kredit Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Kudus Melalui Aspek Kepemimpinan, Kemampuan Manajerial Tenaga Penjualan Dan Motivasi Penjualan*. Semarang: Universitas Diponegoro .
- Desriyandi, M. (2019). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Motivasi Kinerja Karyawan Uptd Balai Benih Dan Budi Daya Ikan (Bbi) Dinas Pertanian Dan Perikanan Kota Medan*. Medan: Universitas Medan.
- Elinaulfa. (2015). *Hubungan Antara Kepuasan Kerja Dengan Motivasi Kerja Pada Karyawan Pt Pln (Persero) Apj Surakarta*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Imro'atun, S. (2017). Keefektifan Layanan Konseling Kelompok Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 1-8.
- Kholidah, N. (2016). *Proses Penjualan Mice Oleh Departemen Sales And Marketing Guna Meningkatkan Pendapatan Hotel Harris Pop Dan Conventions Gubeng Surabaya*. Surabaya: Universitas Jember.
- Khudzaifi, I. (2021). *Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepercayaan Diri Karyawan Terhadap Kecemasan Isu Keputusan Hubungan Kerja Dimasa Pandemi Covid - 19 (Studi Kasus Pt. Ayu Indah Tour And Travel Lamongan*. Malang: Universitas Negeri Islam (Uin) Maulana Malik Ibrahim.
- Komalasari, S. R. (2016). *Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Motivasi Berprestasi Pada Siswa Kelas Xii Smk Dwi Putra Tangerang Selatan Tahun 2016*. Jakarta: Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Patoran, D. N. (Vol 1, No 1 (2013)). Hubungan Kepercayaan Diri Dan Aktualisasi Diri Pada Karyawan Pt. *Duta Media Kaltim Press (Samarinda Pos)*. 10-18.
- Perry, M. (2006). *Confidence Boosters Pendongkrak Kepercayaan Diri*. Jakarta: Esensi.
- Prihartanta, W. (Vol. 1 No. 83 Tahun 2015). Teori-Teori Motivasi. *Jurnal Adabiya*, 1-11.
- Priyatno, D. (2016). *Spss Hand Book Analisis Data, Oleh Data, & Penyelesaian Kasus-Kasus Statistik*. Jakarta: Mediakom.
- Rustanto, A. E. (Vol. 5 No. 2 November 2016). Kepercayaan Diri Dan Efikasi Diri Terhadap Kematangan Karir Mahasiswa Di Politeknik Lp3i Jakarta Kampus Jakarta Utara. *Jurnal Lentera Bisnis*, 1 - 11.
- Sugiharto, G. H. (Vol. 1, No. 2, (2013)). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Cafe Buntos 99 Sidoarjo. *Manajemen Pemasaran*, 1-8.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suseno, M. N. (Volume 37, No. 1, Juni 2010). Pengaruh Dukungan Sosial Dan Kepemimpinan Transformasional Terhadap Komitmen Organisasi Dengan Mediator Motivasi Kerja. *Jurnal Psikologi*, 94 –109.
- Uno, H. B. (2006). *Teori Motivasi Dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.